



MOVE  
YOUR  
ALPS

# Étude DE Fréquentation GR®5 ALPES

-

## SAISON 2014

# EVALUATION DU GR®5 ALPES

## ENJEUX

- Veiller à la qualité de l'offre GTA
- Apporter des données sur l'impact territorial
- Aider à la prise de décision

## OBJECTIFS

- Connaître la clientèle
- Evaluer les flux de fréquentation
- Evaluer les retombées économiques

## METHODE

- Sondage en ligne pratiquants
- Sondage en ligne hébergeurs

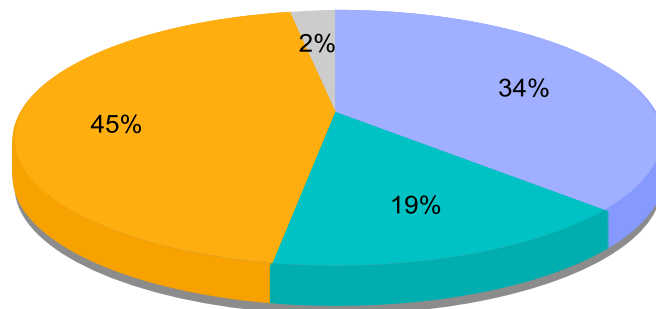


**S**ont arrivés à la fin de leur périple les GR®5 Alpes, entre les Alpes et les Pyrénées. Ce projet a été financé par le Département des Alpes (DPA) et le Comité de Gestion du GR®5 Alpes. L'objectif est de connaître les attentes des pratiquants et de leur offrir un service de qualité. L'enquête a été réalisée en ligne et a permis de recueillir les avis des pratiquants et des hébergeurs. Les résultats de l'enquête seront publiés prochainement sur le site du GR®5 Alpes.

# LES MODES DE PRATIQUE

**53% DES REpondANTS FONT L'INTEGRALITE DU GR5**

Mode de pratique



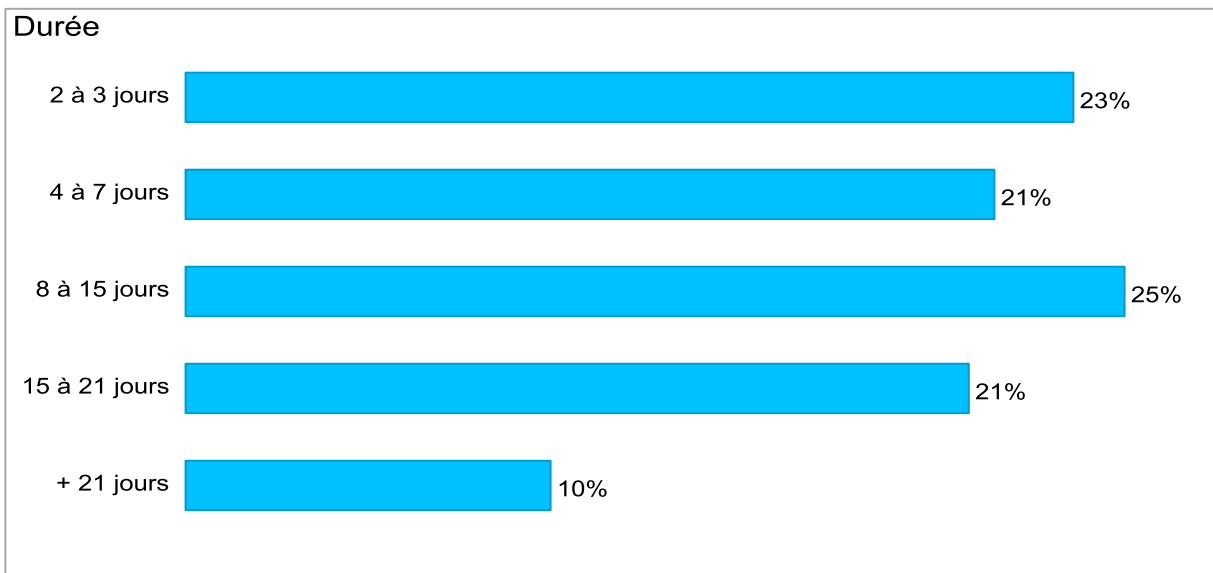
- J'ai réalisé l'itinéraire intégralement en une seule fois
- J'ai réalisé l'itinéraire intégralement en plusieurs fois
- J'ai réalisé une partie de l'itinéraire et j'envisage d'y retourner
- J'ai réalisé une partie de l'itinéraire et je n'envisage pas d'y retourner

- 2/3 des « grands randonneurs » l'ont parcouru intégralement en une seule fois
- Près de la 1/2 des répondants a réalisé une partie et veut y retourner



# LES MODES DE PRATIQUE

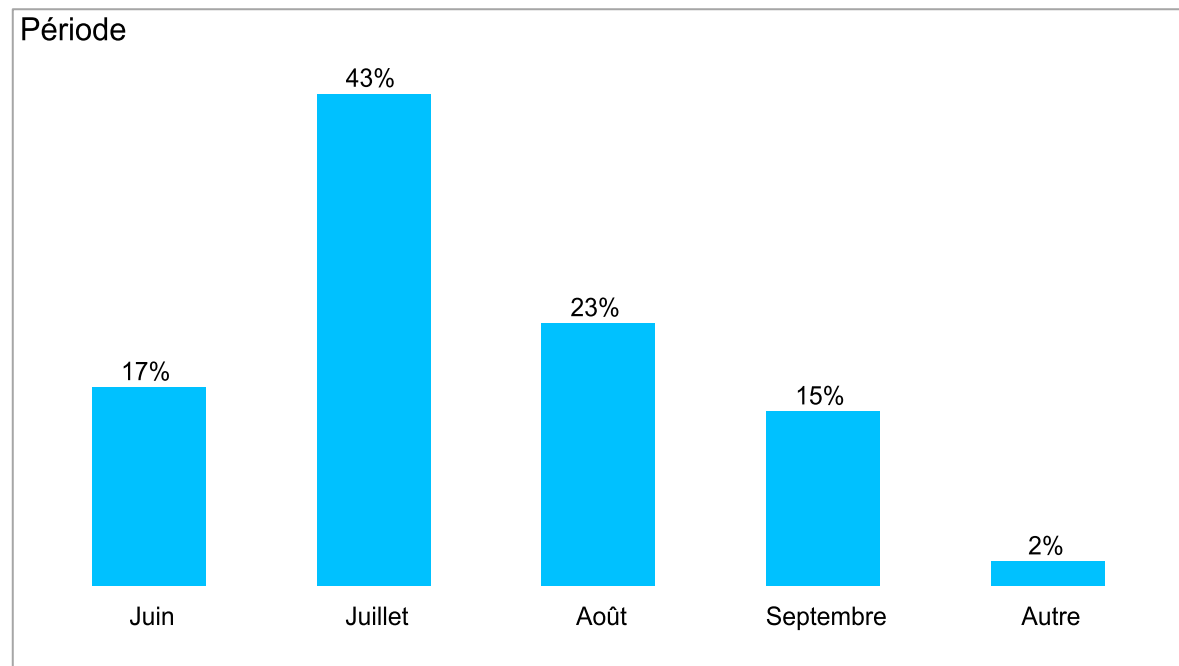
## 3 SEMAINES DE MARCHÉ EN MOYENNE



- 46% des randonneurs partent entre 1 semaine et 3 semaines
- 44% partent entre 2 et 7 jours

# LA Saisonnalité

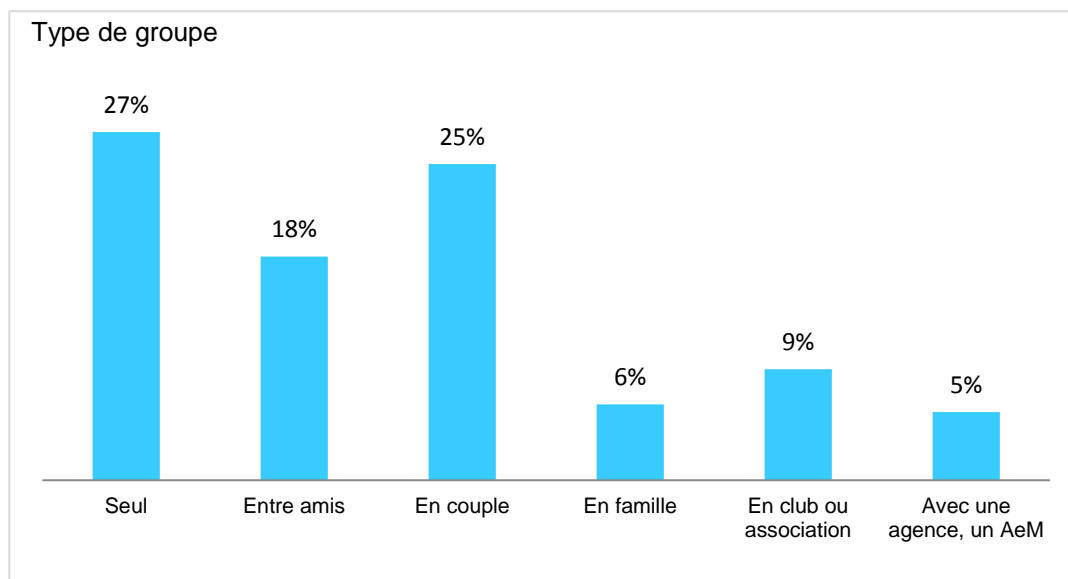
## UNE FREQUENTATION ESTIVALE PAR ESSENCE



- Un mois de juillet prépondérant
- Fréquentation plus faible en août, juin et septembre

# LES Clientèles DU GR®5 ALPES

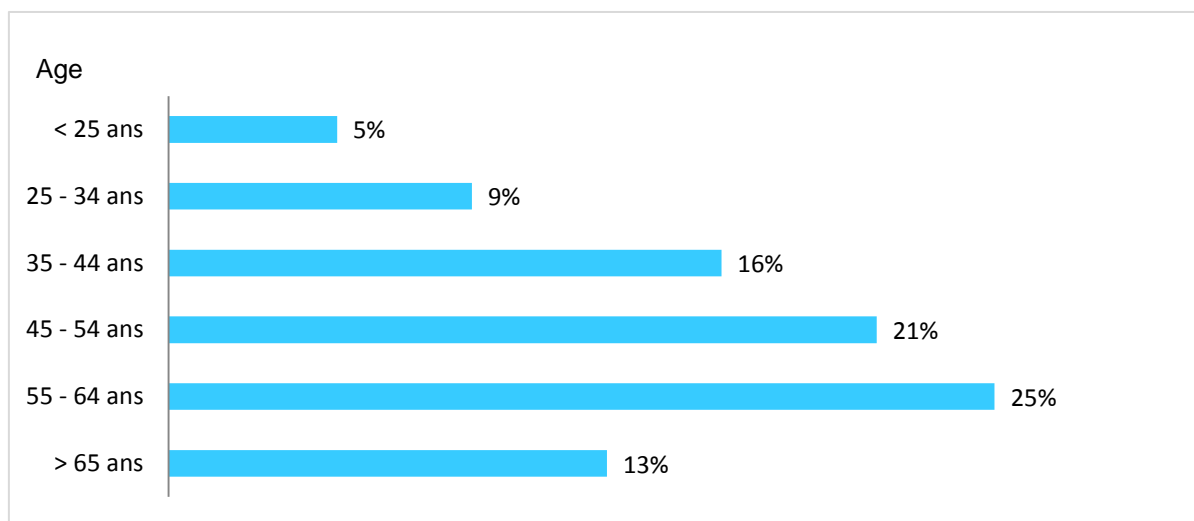
## LE GR®5 ALPES, UNE EXPERIENCE VECUE SEUL OU EN COUPLE



- A la découverte de grands espaces, pour rester en forme, pour s'évader
- Des randonneurs expérimentés à 63%

# LES Clientèles DU GR®5 ALPES

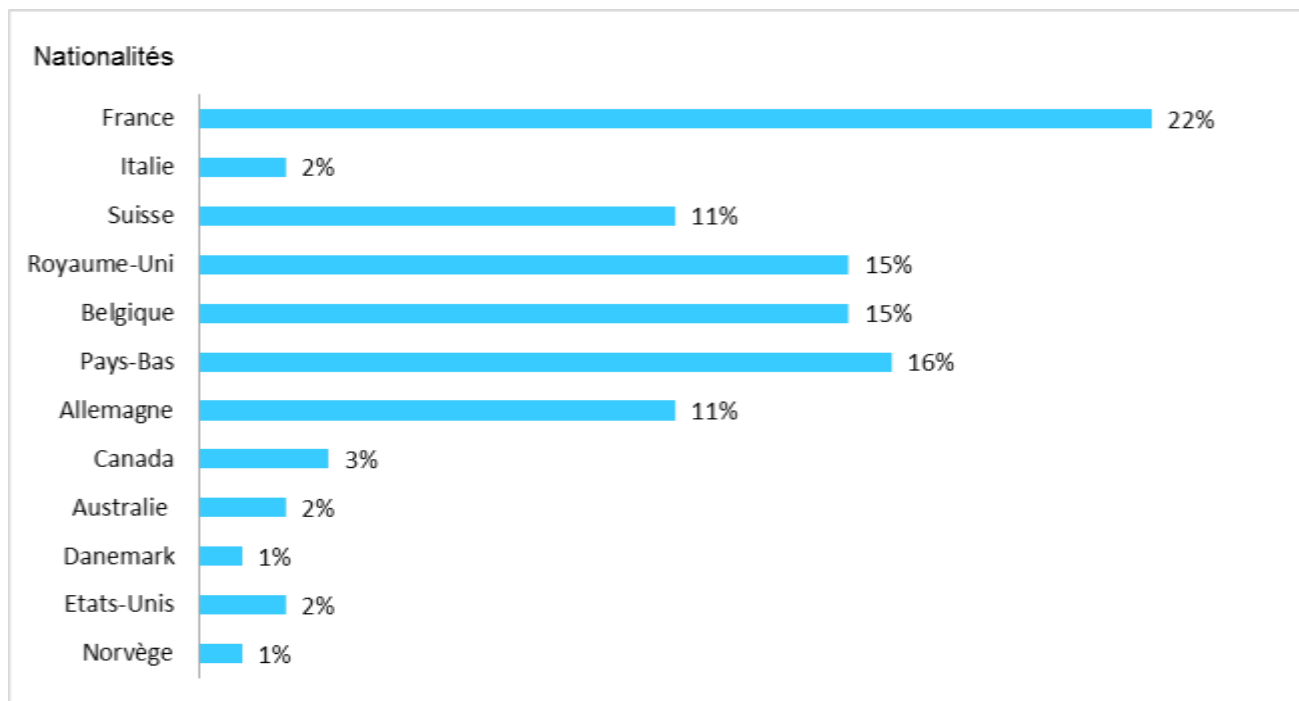
## 1 RANDONNEUR SUR 4 EST AGE DE 25 A 44 ANS



→ Des jeunes qui s’y mettent, souvent seuls ou en couples

# LES CLIENTÈLES DU GR®5 ALPES

## UNE CLIENTELE INTERNATIONALE



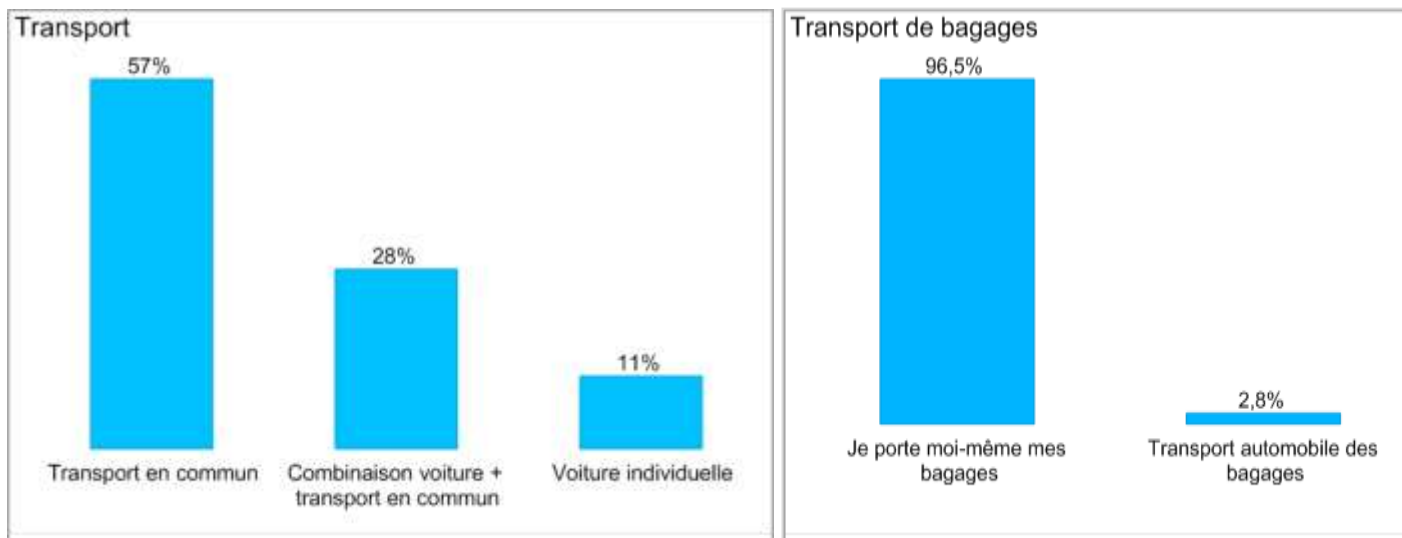
Source : enquête hébergeurs

→ Des chiffres à confirmer en 2015 !



# LES accès ET SERVICES

## CHOIX DES RANDONNEURS EN MATIERE DE TRANSPORT



- 3 randonneurs sur 5 utilisent les transports en commun pour se rendre au départ de l'itinéraire et en repartir
- Le transport de bagages peu demandé par les répondants

# LE point clé des hébergements

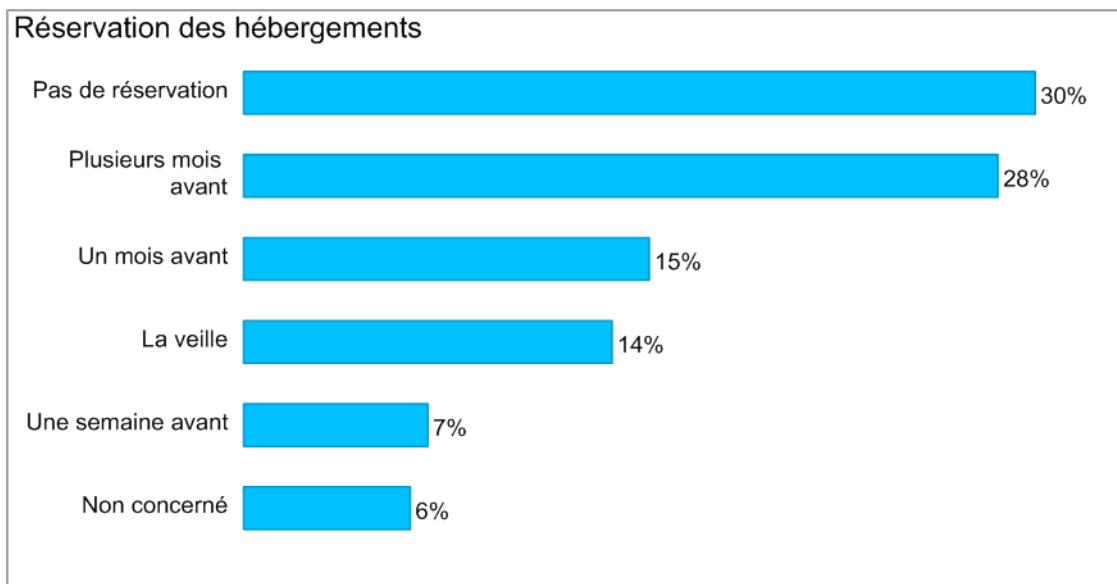
## REFUGE, BIVOUAC, GITE, TRIO DE TETE DES HEBERGEMENTS

Rang	Type d'hébergement
1	Refuge
2	Bivouac
3	Gite d'étape
4	Camping
5	Hôtel
6	Chambre d'hôtes
7	Auberge de jeunesse

- Le choix de l'hébergement se fait pour des raisons économiques (29%), le confort (23%), par goût / choix éthique (23%).

# LE point clé des hébergements

## UNE ITINERANCE A PIED QUI NE S'IMPROVISE PAS



- 2/3 des pratiquants réservent leurs hébergements un mois ou plus à l'avance
- 14% réservent à la dernière minute !

# LES Retombées économiques

## DEPENSES DES RANDONNEURS DU GR®5 ALPES

Postes de dépenses	Dépense moyenne par jour et par personne
Hébergements	36€
Repas et autres consommations	18€
Services et autres prestations (transport de bagages, etc.)	1€
Les loisirs (visites, bien-être, animations, etc.)	4€
<b>TOTAL</b>	<b>59€</b>

- La dépense moyenne est de 59€/jour
- Une dépense supérieure à la moyenne des randonneurs



# LES RETOMBÉES ECONOMIQUES

## Les données de référence :

- La dépense moyenne en demi-pension est de **44€/jour**
- La dépense moyenne est de **59€ / jour / personne**
- Un volume de nuitées de **17748** au sein des hébergements répondants
- Une clientèle qui représente **43%** de la clientèle de randonneurs itinérants
- Estimation à **28 649** nuitées dans les hébergements non répondants

# LES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES

Au niveau des  
hébergements :

**46398**

**nuitées X**

**44€ =**

**2 041 468€**

Au niveau local :

**46398**

**nuitées X**

**59€ =**

**2 737 423€**



MOVE  
YOUR  
ALPS

MERCI DE VOTRE  
ATTENTION